

---

### Société

Nestlé Deutschland AG (ed), So is(s)t Deutschland. Ein Spiegel der Gesellschaft

---



#### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/rea/4372>

ISBN : 978-2-8218-1136-2

ISSN : 1965-0787

#### Éditeur

CIRAC

#### Édition imprimée

Date de publication : 16 décembre 2011

ISSN : 1156-8992

#### Référence électronique

« Société », *Regards sur l'économie allemande* [En ligne], 103 | décembre 2011, mis en ligne le 20 décembre 2011, consulté le 23 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/rea/4372>

---

Ce document a été généré automatiquement le 23 avril 2019.

© CIRAC

---

# Société

Nestlé Deutschland AG (ed), *So is(s)t Deutschland. Ein Spiegel der Gesellschaft*

---

## RÉFÉRENCE

Nestlé Deutschland AG (ed), **So is(s)t Deutschland. Ein Spiegel der Gesellschaft**, Deutscher Fachverlag GmbH, Francfort/Main, 2011, 176 p.

- 1 En un jeu de mots, le titre dit tout : comment mangent les Allemands et ce que cela signifie en termes de culture et d'identité. Renate Köcher, PdG de l'Institut für Demoskopie d'Allensbach, qui a mené l'enquête à la base de cette édition de l'étude publiée régulièrement par Nestlé sur les comportements alimentaires des Allemands, résume ainsi l'importance stratégique d'une connaissance approfondie de ces comportements : « *l'alimentation est un séismographe des mutations de la société* ». La crise a amené les Allemands à accorder une plus large importance aux valeurs immatérielles – parmi lesquelles le 'bien manger'. (ib)